



Giovanni De Gara, *Some Doubts*, 2014
E-mail on paper into IKEA frame, cm 42x32, Ed.1/10

Giovanni De Gara

From: giova dega <giovannidegara@hotmail.it>
Date: Sun, 2 Feb 2014 13:11:51 +0000
To: Tomaso Montanari <tomaso.montanari@unina.it>
Subject: Testo

ciao Tomaso,
mi è stato richiesto un quadro ispirato alla "Ragazza con l'orecchino di perla" per una mostra a Bologna.
Pensavo di esporre un tuo pezzo contro le mostre blockbuster.
Mi mandi qualcosa?

From: Tomaso Montanari <tomaso.montanari@unina.it>
Date: Sun, 2 Feb 2014 17:34:05 +0100
To: giovannidegara@hotmail.it
Subject: Re: Testo

Caro Giovanni,
grazie, è una fantastica idea: nel mio prossimo libro (Istruzioni per l'uso del futuro. Il patrimonio culturale e la democrazia che verrà), che esce a marzo, ho scritto ciò che ti incollo qua sotto.
Un abbraccio,
Tomaso

Il vero fine del patrimonio artistico non è una tutela fine a se stessa, ma è la conoscenza. Quel fine che la nostra Costituzione chiama «lo sviluppo della cultura»: qualcosa che non può stare fermo, ma o progredisce o non è. Quello sviluppo che manca in ogni brutale operazione di marketing: che sia sostenuta da un sindaco, da un ministro, da centomila firme o da un grande gruppo imprenditoriale. Questo è il punto più delicato: e non solo per la storia dell'arte, come di- mostra per esempio il caso Stamina. Il conformismo mediati- co ci abitua a giudicare la qualità in base al consenso, e ad acquisire il consenso tramite una qualche forma di marketing fondata su elementi irrazionali ed emotivi che hanno a che fa- re con i meccanismi del desiderio: ma la conoscenza segue altre regole. Esibire la *Gioconda* (ma anche la *Ragazza con l'orecchino di perla*, o il *David*) come una reliquia magica, isolata e irrelata, non ha nulla a che fare con la conoscenza: anche se ci fossero in fila centinaia di migliaia di persone. Al contrario, occorre ricostruire un contesto che aumenti la nostra comprensione (del passato, e delle opere ancora presenti) e poi renderlo accessibile al grande pubblico senza tradire né le ragioni della scienza né quelle della comunicazione: ecco, questo vuol dire aumentare la conoscenza. Possiamo non vedere la differenza, sul momento: tutto, anzi, congiura per- ché non la vediamo. Ma, sul medio e poi sul lungo periodo, gli alberi si riconosceranno dai frutti: il marketing produce clienti, inconsapevoli e tendenzialmente infantili, mentre la conoscenza aiuta a formare cittadini consapevoli, e disposti a lavorare alla propria maturazione.

Tomaso Montanari

Professore associato di Storia dell'arte moderna
Università degli studi di Napoli 'Federico II'
Dipartimento di Studi umanistici
Via Marina 33, 80133 Napoli
081 2536331

Hello Tomaso

I've been asked a framework inspired by the "Girl with the pearl earring" for an exhibition in Bologna. I thought to expose your workpiece against the blockbuster exhibitions. Will you send me something?

Dear Giovanni,

Thanks, it's a fantastic idea: in my next book (Instructions for use of the future. The cultural heritage and the democracy that will be), that comes out in March, I wrote what you paste here below.

A hug,
Tomaso

The true target of the artistic heritage is not a protection order in itself, but it is the knowledge. That same purpose that our Constitution calls "the development of the culture": something that may not be in stand by, but either progresses or not it is. The development which is missing in every brutal marketing operation: that is supported by a mayor, a minister, from one hundred thousand signatures or by an entrepreneurial group. This is the most delicate point: and not just in the art history, such as it shows for example the case Stamina. Mediatic Conformism has we accustomed to judging the quality on the basis of consensus, and to acquire the consent via some form of marketing based on elements of the irrational and emotional that they have to do with the mechanisms of desire: but the knowledge follows other rules. To exhibit La Gioconda (but also the girl with the pearl earring, or David) as a magic relic, isolated and irrelata, has nothing to do with the knowledge: even though we were in row in hundreds of thousands of people. On the contrary, we must reconstruct a context that increases our understanding (of the past, and of the works are still there) and then make it accessible to the big public without betraying nor the reasons for science nor those of the communication: behold, this means increase knowledge. We cannot see immediately the difference: indeed, everything is a conspiracy for that we cannot see him. But, on the middle and then over the long term, the trees will recognize from the fruits: the marketing produces customers, unaware and tend them as infant, while knowledge helps form aware citizens, and willing to work to their maturation.

Tomaso Montanari

Associate Professor of History of modern art
University of Naples 'Federico II'
Department of Humanities
Via Marina 33, 80133 Naples
081 2536331

Giovanni De Gara

Nato a Firenze nel 1977, laureato in architettura, l'artista Giovanni de Gara ha partecipato a numerose mostre collettive e personali. Nel 2008 ha fondato la Florence Art Factory (FAF) in uno spazio industriale che è stato riconvertito a luogo di produzione culturale dedicato alla performance e all'elettronica. Dopo aver sviluppato progetti all'estero (Londra, 2006 e Berlino, 2012) vive e lavora a Firenze, dove nel 2013 ha iniziato l'attività di editore.

Giovanni De Gara was born in Florence in 1977, graduated in architecture, the artist has participated in numerous collective and solo exhibitions. In 2008 he founded the Florence Art Factory (FAF) in an industrial space that has been converted to a place of cultural production dedicated to performance and to the electronics. After having developed projects abroad (London, 2006, and Berlin, 2012), he lives and works in Florence, where in 2013 he began working as publisher.

Galleria SPAZIO TESTONI Bologna

Via Massimo d'Azeglio 50



Tel. +39 051 371272 – 051 580988 Fax +39 051 4153252

info@spaziotestoni.it - www.spaziotestoni.it

Director **Paola Veronesi Testoni** - M.ph. +39 335 6570830